

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki pasar modal yang pengembangannya diselenggarakan oleh PT Bursa Efek Indonesia (BEI). BEI memiliki peran dalam pengawas, pendukung, dan fasilitator perdagangan efek, sehingga dari BEI kita dapat melihat berbagai informasi terkait salah satunya terkait dengan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan persepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan, dimana nilai perusahaan merupakan gambaran kinerja keuangan perusahaan yang berpengaruh terhadap keputusan investor dalam berinvestasi. Selain itu nilai perusahaan dapat memperlihatkan tingkat kinerja dan kesuksesan perusahaan dalam pemaksimalan pemanfaatan kekayaan yang dimiliki perusahaan.

Nilai perusahaan yang menunjukkan peningkatan nilai yang tinggi dapat mempengaruhi kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan di masa yang akan datang sehingga perusahaan mendapatkan kepercayaan pasar maupun investor. Meningkatnya nilai perusahaan merupakan harapan bagi setiap investor karena dengan meningkatnya nilai perusahaan dapat mencerminkan kemakmuran dari para pemegang saham. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Dengan demikian, tujuan perusahaan untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat diwujudkan dengan memaksimalkan nilai perusahaan (Abbas, dkk 2020).

Tahun 2020 menjadi awal dari pandemi Covid-19 di Indonesia, dimana pandemi ini memberikan dampak pada kinerja keuangan emiten di pasar modal.

Mayoritas harga saham emiten dan juga pendapatan perusahaan mencatatkan penurunan, tetapi pada perusahaan Farmasi menunjukkan sebaliknya. Adanya pandemi Covid-19, menjadikan kebutuhan akan vitamin, suplemen, obat maupun alat kesehatan secara umum mengalami peningkatan secara drastis. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia mengungkapkan sepanjang pandemi Covid-19, emiten farmasi mengalami peningkatan penjualan secara signifikan. Seperti kenaikan terbesar terjadi pada PT Indofarma Tbk (INAF) sebesar +0,86% , ke Rp 2.340/saham, disusul PT Tempo Scan Pacific Tbk (TSPC) sebesar +0,69%, ke Rp 1.465/saham, lalu ada PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) sebesar +0,60%, ke Rp 845/saham, dilanjutkan oleh PT Kimia Farma Tbk (KAEF) sebesar +0,41%, ke Rp 2.440/ saham dan PT Kalbe Farma Tbk (KLBF) sebesar +0,31%, ke Rp 1.720/saham (www.cnbcindonesia.com).

Struktur modal merupakan salah satu aspek yang penting dalam pengelolaan keuangan perusahaan, dimana dengan pemilihan struktur modal yang tepat dapat membantu perusahaan dalam mengoptimalkan penggunaan sumber daya keuangan yang tersedia. Struktur modal adalah pembelanjaan permanen yang mencerminkan perimbangan antara hutang jangka panjang dengan modal sendiri. Struktur modal merupakan kombinasi hutang dan ekuitas dalam struktur keuangan jangka panjang perusahaan. Kebijakan struktur modal pada dasarnya dibangun hubungan antara keputusan pemilihan sumber dana dengan investasi yang harus dipilih perusahaan agar sejalan dengan tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham yang tercermin dari nilai perusahaan (Inayah,2022).

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan (*growth*) merupakan seberapa jauh

perusahaan dalam menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau dalam sistem ekonomi untuk industri yang sama. Selain itu pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu hal penting dalam peningkatan nilai perusahaan, karena dengan pertumbuhan perusahaan yang positif akan membuat keberlanjutan bisnis yang jangka panjang. Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan tentu melambungkan perkembangan perusahaan yang semakin baik secara internal maupun eksternal (Dewi dan Reina, 2018). Oleh karena itu, perusahaan harus membuat strategi-strategi yang bisa membuat pertumbuhan yang tepat sehingga bisa mencapai tujuan bisnis jangka panjang yang juga dapat meningkatkan nilai perusahaan serta harga saham perusahaan.

Selanjutnya ada profitabilitas yang juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Laba sering kali menjadi ukuran kinerja perusahaan, dimana ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi berarti dapat disimpulkan bahwa kinerja perusahaan tersebut baik dan juga sebaliknya (Fitri, dkk, 2018). Profitabilitas juga dapat digunakan sebagai tolak ukur dalam menilai keberhasilan suatu perusahaan dalam menggunakan modal kerja secara efektif dan efisien untuk menghasilkan tingkat laba tertentu yang diharapkan. Menurut Kasmir profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian yang khusus karena untuk dapat melangsungkan hidup suatu perusahaan maka perusahaan tersebut haruslah dalam keadaan yang menguntungkan. Tanpa adanya keuntungan (profit), maka akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar sehingga itu dapat mempengaruhi nilai saham yang ada di perusahaan.

Terdapat beberapa penelitian mengenai pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Murti, dkk., (2018), Hafiz dan Khan (2019), dan Sartono dan Sidharta (2020), Rina, dkk, (2021), menunjukkan hasil penelitian yang positif dan signifikan antara struktur modal terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Alzubi, dkk., (2021) menemukan hasil variabel struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Wang, dkk., (2018), Mubarak, dkk., (2019) , dan Rina, dkk., (2021), menunjukkan hasil penelitian yang positif dan signifikan antara pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Alzubi, dkk., (2021), dan Kurniawan, dkk., (2021) memiliki hasil yang berbeda bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Harahap, dkk., (2019) serta, Afriyani dan Anwar (2021) menunjukkan hasil penelitian yang positif dan signifikan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Atan, dkk., (2019) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 1.1
Perkembangan Rata-rata Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan,
Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi
Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022

Tahun	Rata-Rata Struktur Modal (DER)	Rata-Rata Pertumbuhan Perusahaan (Growth)	Rata-Rata Profitabilitas (ROE)	Rata-Rata Nilai Perusahaan (PBV)
2020	1,18%	0,08%	1,81%	5,37
2021	1,58%	0,23%	1,78%	3,74
2022	1,55%	0,13%	2,28%	5,90

Sumber : idx.co.id 2024 (data diolah kembali)

Dari data tabel 1.1 dapat dilihat bahwa rata-rata variabel struktur modal sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia berfluktuasi dari tahun 2020-2022. Tahun 2020 memiliki nilai rata-rata sebesar 1,18%, Tahun 2021 mengalami kenaikan dengan nilai rata-rata 1,58% dari tahun 2020, dan pada tahun 2022 mengalami penurunan dengan nilai 1,55% dari tahun 2021. Untuk rata-rata variabel pertumbuhan perusahaan berfluktuasi dari tahun 2020-2022. Tahun 2020 memiliki nilai rata-rata 0,08% , pada tahun 2021 mengalami kenaikan dengan nilai 0,23% dari tahun 2020 dan pada tahun 2022 mengalami penurunan dengan nilai 0,13% dari tahun 2021. Untuk rata-rata variabel profitabilitas berfluktuasi dari tahun 2020-2022. Tahun 2020 memiliki nilai rata-rata sebesar 1,18%, kemudian pada tahun 2021 mengalami penurunan dengan nilai 1,78% dari tahun 2020, dan pada tahun 2022 mengalami kenaikan dengan nilai 2,28% dari tahun 2021. Rata-rata variabel nilai perusahaan berfluktuasi dari tahun 2020-2022. Tahun 2020 memiliki nilai rata-rata sebesar 5,37 pada tahun 2021 mengalami penurunan dengan nilai 3,74 dari tahun 2020, dan pada tahun 2022 mengalami kenaikan dengan nilai 5,90 dari tahun 2021, rata-rata variabel nilai perusahaan berfluktuasi dari tahun 2020-2022.

Berdasarkan penjelasan di atas dan juga penelitian terdahulu yang memberikan hasil berbeda, maka penulis tertarik untuk melakukan pengujian kembali mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Pada penelitian ini, faktor-faktor yang digunakan adalah struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas. Penelitian ini mengambil obyek sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan farmasi karena sektor farmasi merupakan salah satu sektor yang

memiliki dampak sosial yang memiliki dampak yang baik terhadap kesehatan dan kesejahteraan masyarakat.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, penulis mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

- 1) Apakah Struktur Modal Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia?
- 2) Apakah Pertumbuhan Perusahaan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia?
- 3) Apakah Profitabilitas Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pertumbuhan perusahaan (*growth*) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- 3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang akan diharapkan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Dalam hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan bahan acuan untuk mengembangkan ilmu Manajemen yang telah dimiliki, yang berhubungan dengan sektor farmasi khususnya struktur modal, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan nilai perusahaan.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pustaka yang dapat meningkatkan literasi dan khasanah ilmu bagi Universitas Mahasaraswati Denpasar khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang akan diharapkan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi investor yang akan berinvestasi untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, serta memberikan masukan kepada manager tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan agar manager berhati-hati dalam menjalankan perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal atau *signaling theory* adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori ini memberikan penjelasan mengenai alasan perusahaan memiliki dorongan untuk menyampaikan atau memberikan informasi terkait laporan keuangan perusahaan untuk pihak eksternal. Dorongan untuk menyampaikan atau memberikan informasi terkait laporan keuangan untuk pihak eksternal dilandasi pada terdapatnya asimetri informasi antar manajemen perusahaan dan pihak eksternal (Bergh, dkk., 2014). Perusahaan atau manajemen perusahaan memiliki lebih banyak informasi terkait operasional perusahaan dan prospek masa depan perusahaan dibandingkan dengan pihak eksternal seperti investor, kreditor, underwriter dan pengguna informasi lainnya. Oleh karena itu, untuk menanggapi permasalahan tersebut dan mengurangi asimetri informasi yang terjadi maka hal yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan sinyal kepada pihak luar yang dilakukan melalui laporan keuangan perusahaan yang didalamnya terdapat informasi keuangan perusahaan yang kredibel atau dapat dipercaya dan akan memberikan kepastian mengenai prospek keberlanjutan perusahaan kedepannya.

Isyarat atau signal adalah suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor dalam bagaimana manajeme

memandang prospek perusahaan. Sesuai dengan pernyataan tersebut, perusahaan dengan prospek masa depan yang menguntungkan akan mencoba untuk menghindari penjualan saham perusahaan melainkan mengusahakan pendapatan modal baru melalui cara lain seperti penggunaan hutang melebihi target struktur modal normal. Sebaliknya, perusahaan dengan prospek yang kurang menguntungkan akan cenderung menjual saham perusahaannya. Dengan kata lain pengumuman emisi saham oleh suatu perusahaan merupakan suatu isyarat atau sinyal yang menandakan bahwa manajemen perusahaan memandang prospek perusahaan tersebut suram dan apabila suatu perusahaan menawarkan penjualan saham baru dengan frekuensi yang lebih sering dari biasanya maka harga saham perusahaan tersebut akan menurun, hal ini diakibatkan karena dengan menerbitkan saham baru maka memberikan isyarat negatif yang kemudian dapat menekan harga saham (Przepiorka & Berger, 2017). Dengan kata lain kenaikan harga saham atau tingginya harga saham suatu perusahaan merupakan indikasi bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai perusahaan (*firm value*) yang tinggi. Oleh karena itu, nilai perusahaan dapat memberikan kesejahteraan bagi pemegang saham seiring dengan meningkatnya harga saham (Nguyen, 2018). Teori sinyal berhubungan dengan nilai perusahaan, apabila perusahaan gagal atau tidak dapat menyampaikan signal dengan baik mengenai nilai perusahaan maka nilai perusahaan akan mengalami ketidaksesuaian terhadap kedudukannya, dengan artian nilai perusahaan dapat berada diatas atau dibawah nilai sebenarnya.

2.1.2 Struktur Modal

Struktur modal adalah perbandingan atau imbalan pendanaan jangka panjang perusahaan yang ditunjukkan oleh perbandingan hutang jangka panjang terhadap modal sendiri Martono dan Harjito (2012). Modal asing diartikan dalam hal ini adalah hutang baik jangka panjang maupun dalam jangka pendek. Sedangkan modal sendiri bisa terbagi atas laba ditahan dan bisa juga dengan penyertaan kepemilikan perusahaan. Menurut Ali dan Rodoni (2010), struktur modal adalah proposi dalam menentukan pemenuhan kebutuhan belanja perusahaan dimana dana yang diperoleh menggunakan kombinasi atau paduan sumber yang berasal dari dana jangka panjang yang terdiri dari dua sumber utama yakni yang berasal dari dalam dan luar perusahaan.

Struktur modal merupakan pertimbangan antara total hutang dengan total modal sendiri (Sartono, 2010). Menurut Yuliati (2011), struktur modal adalah suatu hal penting bagi perusahaan karena memiliki hubungan terhadap posisi keuangan, maka dalam hal ini manager perusahaan sebaiknya mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi struktur modal agar perusahaan bisa mengelola fungsi keuangan dan meningkatkan kesejahteraan investor. Selain itu struktur modal yang optimal merupakan salah satu faktor yang membuat suatu perusahaan memiliki daya saing dalam jangka panjang. Struktur modal yang optimal adalah struktur modal yang mengoptimalkan keseimbangan antara risiko dan pengembalian sehingga dapat memaksimumkan harga saham (Brigham dan Houston, 2011).

Struktur modal dapat diartikan sebagai pertimbangan atau perbandingan antara jumlah hutang jangka panjang dengan modal sendiri, oleh

karena itu struktur modal diukur dengan *debt to equity ratio* (DER). DER merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat *leverage* (penggunaan hutang) terhadap total *shareholder's equity* yang dimiliki perusahaan. Total debt merupakan total liabilities (baik hutang jangka pendek maupun jangka panjang) sedangkan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Santoso, 2011).

Struktur modal adalah kumpulan dana yang dapat digunakan dan dialokasikan oleh perusahaan. Dana tersebut diperoleh dari utang jangka panjang dan modal sendiri (Gitman, 2010). Struktur modal adalah proporsi dari pendanaan atau permodalan permanen jangka panjang perusahaan yang diwakili utang, saham preferen dan ekuitas saham biasa (Horne dan John, 2014). Sedangkan menurut Halim (2011) yang dimaksud dengan struktur modal adalah perimbangan jumlah utang jangka pendek yang bersifat tetap, utang jangka panjang, saham preferen, dan saham biasa.

Banyak faktor yang memengaruhi kebijakan dalam penentuan struktur modal pada perusahaan. Pendapat para ahli berbeda-beda dalam mengungkapkan beragam faktor tersebut, namun inti dari pendapat mereka hampir sama. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan sehubungan dengan struktur modal adalah stabilitas penjualan, struktur aktiva, *leverage* operasi, tingkat pertumbuhan, profitabilitas, pajak, sikap manajemen, dan kondisi pasar. Struktur modal yang optimal adalah kombinasi utang dan ekuitas yang dapat memaksimalkan harga dari saham perusahaan (Brighman, dan Houston, 2010). Sedangkan menurut Riyanto (2005), struktur modal suatu perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu : tingkat bunga, stabilitas earning,

struktur aktiva, kadar risiko dari aktiva, besarnya jumlah modal yang dibutuhkan, keadaan pasar modal, sifat manajemen, besarnya suatu perusahaan.

2.1.3 Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan (*Growth*) adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industri yang sama. *Growth* dinyatakan sebagai pertumbuhan total aset dimana total aset masa lalu akan menggambarkan profitabilitas dan pertumbuhan yang akan datang. Pertumbuhan aset menggambarkan pertumbuhan aktiva perusahaan yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan yang meyakini bahwa presentase pertumbuhan total aktiva merupakan indikator yang lebih baik dalam mengukur *growth* perusahaan. Pertumbuhan (*Growth*) dapat mempengaruhi nilai perusahaan dimana menurut Kusumajaya (2011), “Pertumbuhan atau *Growth* merupakan perubahan total aset baik berupa peningkatan maupun penurunan yang dialami oleh perusahaan selama satu periode (satu tahun)”.

Pertumbuhan (*Growth*) adalah pertumbuhan total aset dimana total aset masa lalu akan menggambarkan profitabilitas dan pertumbuhan yang akan terjadi di masa mendatang (Taswan, 2007). Pertumbuhan aset menggambarkan pertumbuhan aktiva perusahaan yang akan memengaruhi profitabilitas perusahaan yang meyakini bahwa presentase perubahan total aktiva merupakan indikator yang lebih baik dalam mengukur *growth* perusahaan (Putra krisnanda, 2013).

Menurut Brigham dan Houston (2009), Pertumbuhan perusahaan adalah perubahan (peningkatan atau penurunan) total aset yang dimiliki perusahaan. Pertumbuhan perusahaan mencerminkan pertumbuhan sumber daya berupa aset yang dimiliki perusahaan dan diukur dari perbedaan nilai total aset setiap tahun. Pertumbuhan perusahaan menunjukkan alokasi investasi aset yang dilakukan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan ini tentunya membutuhkan dana yang memadai. Berdasarkan *pecking order theory*, perusahaan akan cenderung menggunakan dana internal terlebih dahulu, baru kemudian menggunakan dana eksternal (hutang). Ketika perusahaan melakukan investasi dalam jumlah yang tinggi sehingga melebihi jumlah laba ditahan, maka akan terjadi peningkatan hutang. Asumsinya adalah ketika aset perusahaan meningkat sedangkan faktor lain dianggap ceteris paribus, maka peningkatan aset akan menyebabkan peningkatan hutang (Hestaningrum, 2012).

Pertumbuhan perusahaan sangat diharapkan oleh pihak internal maupun eksternal perusahaan, karena pertumbuhan yang baik memberi tanda bagi perkembangan perusahaan yang baik juga. Dari sudut pandang investor, pertumbuhan suatu perusahaan merupakan tanda bahwa perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan, dan investor pun akan mengharapkan tingkat pengembalian (*rate of return*) yang baik dari investasi yang dilakukannya (Safrida, 2012).

Pertumbuhan perusahaan dapat juga menjadi indikator dari profitabilitas dan keberhasilan perusahaan. Dalam hal ini, pertumbuhan perusahaan merupakan perwakilan untuk ketersediaan dana internal. Jika

perusahaan berhasil dan memperoleh laba, maka tersedia dana internal yang cukup untuk kebutuhan investor (Sugihen, 2007).

2.1.4 Profitabilitas

Van Horne dan Wachowich (2005) mengemukakan rasio profitabilitas terdiri atas dua jenis, yaitu rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan dan rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi. Profitabilitas dalam hubungannya dengan penjualan terdiri atas margin laba kotor (gross profit margin) dan margin laba bersih (net profit margin). Profitabilitas dalam hubungannya dengan investasi terdiri atas tingkat pengembalian atas aktiva (return on assets) dan tingkat pengembalian atas ekuitas (return on equity).

Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu cara untuk menilai sejauh mana tingkat pengembalian yang akan didapat dari aktivitas investasi (Arindita, 2017). Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba (Saidi, 20018). Semakin tinggi kemampuan memperoleh laba, maka semakin besar return yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik. Profitabilitas juga bisa disebut kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam penjualan, total aktiva ataupun modal sendiri (Sartono, 2004). Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mendapat laba dalam suatu periode yang berjalan (Husnan, 2005).

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran

tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut.

Hasil pengukuran tersebut dapat dijadikan alat evaluasi kinerja manajemen selama ini, apakah mereka telah bekerja secara efektif atau tidak. Jika berhasil mencapai target yang telah ditentukan, mereka dikatakan telah berhasil mencapai target untuk periode atau beberapa periode. Namun, sebaliknya jika gagal atau tidak berhasil mencapai target yang telah ditentukan, ini akan menjadi pelajaran bagi manajemen untuk periode kedepan (Kasmir, 2016: 196).

Profitabilitas memang sangat penting bagi perusahaan, untuk mengetahui secara persis perubahan yang terjadi dalam profitabilitas, maka perlu diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya rasio profitabilitas perusahaan. Menurut (Kasmir 2019:89) faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas antara lain: 1.Margin laba bersih, 2.Perputaran total aktiva, 3.Laba bersih, 4.Penjualan, 5.Total aktiva, 6.Aktiva tetap, 7.Aktiva lancar, 8.Total biaya. Faktor-faktor tersebut masing-masing mempunyai peran penting dalam menentukan hasil perolehan profitabilitas.

Jenis-jenis Rasio Profitabilitas Menurut (Hery 2017) jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah :

a) Hasil Pengembalian atas Aset (*Return on Assets*) Merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap total aset. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas aset:

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}}$$

b) Hasil Pengembalian atas Ekuitas (*Return on Equity*) Merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap ekuitas. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas ekuitas:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total ekuitas}}$$

c) Marjin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*) Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba kotor atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba kotor terhadap penjualan bersih. Laba kotor sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan. Yang dimaksud dengan penjualan bersih disini adalah

penjualan (tunai maupun kredit) dikurangi retur dan penyesuaian harga jual serta potongan penjualan. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung margin laba kotor:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

d) Margin Laba Operasional (*Operating Profit Margin*) Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba operasional atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba operasional terhadap penjualan bersih. Laba operasional sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba kotor dengan beban operasional. Beban operasional disini terdiri atas beban penjualan maupun beban umum dan administrasi. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung margin laba operasional:

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan bersih}}$$

e) Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*) Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap penjualan bersih. Laba bersih sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba sebelum pajak penghasilan dengan beban pajak penghasilan. Yang dimaksud dengan laba sebelum pajak penghasilan di sini adalah laba operasional ditambah pendapatan dan keuntungan lain-lain, lalu dikurangi dengan beban dan kerugian lain-lain. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung margin laba bersih:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Penjualan bersih}}$$

Perusahaan dapat menggunakan rasio profitabilitas secara keseluruhan atau hanya sebagian saja dari jenis rasio profitabilitas yang ada. Penggunaan rasio secara sebagian berarti bahwa perusahaan hanya menggunakan beberapa jenis rasio saja yang memang dianggap perlu diketahui.

2.1.5 Nilai Perusahaan

Perusahaan adalah suatu organisasi yang mengkombinasikan dan mengorganisasikan berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memproduksi barang dan atau jasa untuk dijual (Salvatore, 2009). Salah satu tujuan suatu perusahaan ialah memperoleh keuntungan agar perusahaannya semakin berkembang. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen asset.

Tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Wahidawati, 2012). Nilai perusahaan pada dasarnya diukur dari beberapa aspek salah satunya adalah harga pasar saham perusahaan, karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor atas keseluruhan ekuitas yang dimiliki (Wahyudi dan Pawestri, 2006). Rika dan Ishlahuddin (2008) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai nilai pasar. Alasannya karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum jika harga saham perusahaan meningkat. Semakin

tinggi harga saham, maka makin tinggi keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkatkan menyebabkan nilai perusahaan juga akan meningkat. Sedangkan menurut Keown, dkk. (2007) nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar. Harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli diartikan sebagai harga pasar atas perusahaan itu sendiri.

Nilai perusahaan dapat diukur dengan *price to book value* (PBV), yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per saham (Brigham dan Gapenski, 2000). Indikator lain yang terkait adalah nilai buku per saham, yaitu perbandingan antara modal dengan jumlah saham yang beredar (Fakhruddin dan Hadiano, 2005). Dalam hal ini, PBV dapat diartikan sebagai hasil perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku per saham. PBV yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan dan mengindikasikan kemakmuran pemegang saham yang tinggi (Soliha dan Taswan, 2006).

Nilai perusahaan bagi perusahaan yang belum *go public* dapat dilihat dari jumlah biaya yang akan dikeluarkan oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual, sedangkan bagi perusahaan yang sudah *go public* nilai perusahaannya dapat dilihat dari besarnya nilai saham yang ada di pasar modal (Husnan, 2010). Nilai perusahaan *go public* dapat dilihat dari nilai pasar sahamnya, sedangkan nilai perusahaan yang belum *go public* dapat dilihat nilai yang didapat apabila perusahaan tersebut dijual (Martono dan Harjito, 2010).

2.2 Penelitian Terdahulu

- 1) Penelitian yang dilakukan Zahra Ramdhonah, Ikin Solikin, Maya Sari (2018) tentang Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017). Hasil penelitian menemukan bahwa secara parsial struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 2) Penelitian yang dilakukan Ayu Paramita Dewi, Reina Candradewi (2018) tentang Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal dan Nilai Perusahaan. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini pertumbuhan perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 3) Penelitian yang dilakukan Rafly Amanda, Anis Rachma Utary, dan Felisitas Defung (2018) tentang Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan Serta Harga Komoditas Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan pada Industri Sektor Farmasi di Indonesia. Hasil penelitian adalah struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas dan struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas dan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

- 4) Penelitian yang dilakukan Fitri Amelia dan M. Anhar (2019) tentang Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Dengan hasil yang ditemukan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan.
- 5) Penelitian yang dilakukan Selvi Sembiring dan Ita Trisnawati (2019) tentang Faktor-Faktor (Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan) yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur modal tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan pertumbuhan perusahaan profitabilitas dan ukuran perusahaan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 6) Penelitian yang dilakukan Ifi Adfentari, Ati Sumiati dan Achmad Fauzi (2020) tentang Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. Dari hasil penelitian terbukti bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 7) Penelitian yang dilakukan Robiyanto, Ilma Nafiah, Harijono, Komala Inggarwati (2020) tentang Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Perhotelan dan Pariwisata Melalui Struktur Modal Sebagai

Variabel Intervening. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas yang diwakili oleh ROE dan ROA secara signifikan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

- 8) Penelitian yang dilakukan Fauzin Annisa dan Agus Dwi Cahya (2021) tentang Analisis Nilai Perusahaan dari Aspek Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, dan Kebijakan Dividen pada Perusahaan Farmasi di BEI Periode 2014-2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal, pertumbuhan penjualan dan kebijakan dividen masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 9) Penelitian yang dilakukan Imam Hidayat dan Khusnul Khotimah (2022) tentang Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Periode 2018-2020. Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

